全媒体时代下地方电视台的转型应对策略探究

摘　要：飞速发展的互联网科技和如雨后春笋般崛起的新媒体，使得当今世界被称为全媒体时代。在当今全媒体时代背景下，各路媒体之间不断进行着激烈的竞争。科技的发达带来各种新兴媒体的产生，“两微一端”、手机、网络电视等新兴媒体层出不穷，对地方电视台带来了不小的冲击。我们一定要认真分析全媒体时代的特征，做好地方电视台的转型工作。传统媒体只有将自身打造成有竞争力、传播力、公信力、影响力的新型融媒体，才能赢得主动，赢得未来。

关键词：全媒体时代，地方电视台，转型，策略
中图分类号：G229.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）07-045-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.07.009

文 / 刘绣明　景兴才

引言

互联网的普及催生了许多新型媒体，在这样一个全媒体的时代背景下，地方传统媒体的唯一正确选择是用新思维审视自我，认清大势，奋力转型，跟上时代发展的要求以及步伐。

1. 全媒体时代的到来

全媒体时代是与传统媒体相对而言的，它比传统媒体有着更加先进以及创新的特点等一系列优势。首先，全媒体时代的消费者与传统媒体时代的消费者有一个非常显著的不同之处，那就是全媒体时代的消费群众具有更加强烈的参与性及互动性。这些群众有了更多的选择，不再仅仅局限于地方电视台这个单一的媒体选择，他们开始逐渐涉足到互联网、微博、微信等通讯工具。全媒体时代的到来，让消费者的媒体选择不再被时间以及空间等因素限制，人们可以随意选择在任何时间、任何地点借助平板电脑、移动客户端手机等渠道收看任何电视台频道。同时，新媒体技术不断进步发展，完善了之前传统媒体传播时的一些缺陷，如节目可选择、重复观看及留言互动、收藏等。总而言之，全媒体时代的到来催生了一个新的媒体时代，为人们在选择媒体类型方面提供了更多的选择方式、更多的获取渠道。地方电视台的发展在面临巨大挑战的同时，全媒体时代的到来也会给地方电视台的发展带来发展的机遇。地方电视台完全可以借助全媒体时代的优势以及各种渠道，拓宽地方电视台的传播范围，增加地方电视台的传播途径，抓住全媒体时代背景下的各种机遇优势，做好转型升级工作，迎来地方电视台的全新发展时期。

2. 全媒体时代对地方电视台的影响

2.1 观众的流失

全媒体时代是一个与高新科技高度融合的时代，它催生了新兴媒体的产生。新媒体作为一种新生的事物，它具有传播速度快、传播范围广泛、传播方式以及传播途径多元化等特点。我们国家的许多地方电视台没有及时跟上全媒体时代的潮流，没有充分与新媒体融合，依然使用传统媒体运作方式的地方电视台将不可避免地受到非常大的冲击。最典型的冲击就是观众的流失，最直观的反映就是收视率的下降。许多地方电视台没有充分考虑观众的喜好、兴趣和关注点，盲目进行电视节目的改版，导致原有的观众不再买账，再加上当今时代流行综艺文化节目，电视台应该紧跟时代步伐，增强节目的娱乐性，否则一些过于严肃的节目会使很多观众失去兴趣。

2.2 观念的改变

全媒体时代对传统媒体造成了很大的冲击，另一方面催生并促进了新兴媒体的发展，这种局面很大程度上带来了媒体行业观念的改变。电视台要积极主动地转变观念，摈弃落后陈旧的观念谋取更好的发展。首先，为了突破传统电视单一的表现形式，电视台应该重新定位传统电视台的业务形态，打造出融合新媒体表现形态的新媒体形态；其次，为了走具有特色的全媒体发展之路，电视台应该利用地方性的优质资源，加大创新力度；然后，顺应时代发展，探索求变，运用互联网思维改善经营以及运行思路，将平台的覆盖面进一步拓宽。

3. 全媒体时代下地方电视台的转型应对策略

3.1 坚持“内容为王”，提升引导力

无论过去还是现在，内容是媒体赖以生存的基础。全媒体时代下，地方电视台融合转型发展，同样离不开“内容为王”。推动媒体融合发展，在强调技术引领和创新驱动的同时，必须始终坚持“内容为王”，以内容优势赢得发展优势。在媒体融合发展中，广播电视传统媒体要保住主阵地，就要善于将传统媒体和新兴媒体优势互补，保持广播电视的价值和灵魂，以新媒体的基因改造提升传统广播电视。对于新闻媒体来说，内容始终是核心竞争力，是媒体竞争取胜的法宝，推进媒体融合发展

必须以内容建设为根本。

坚持正确的舆论导向，以正面宣传为主，为人民、为社会传播正能量。同时，电视台还应该建立人才培养机制，以教育形式和实践方式对广大电视台工作者进行严格、规范的培训，加强他们的专业知识、专业能力和实战经验，打造一支强大的电视台工作人员队伍，让他们学会选择积极向上、正面的播报内容，以别出心裁的报道和播放方式吸引观众，提升电视台的引导力、吸引力和感染力。例如，前几年开始热播的几档节目，《朗读者》《开讲啦》《超级演说家》等，这几档节目都是从人们的当下生活出发，关心人民的烦恼和忧虑，从有价值、有意义的事情出发，努力为广大人民群众传递积极、正面的内容，获得了观众的一致好评。

3.2 坚持“创新为要”，提升影响力

创新是新闻事业改革发展、增强实力的必然选择。要以先进技术为支撑，以内容建设为根本，促进传播手段的创新，加快传播能力建设。随着科学技术和网络的迅猛发展，互联网在媒体领域进行着一场前所未有的变革。在“互联网+”的新时代下，电视台应该转变发展模式和发展观念，开放思维，坚持创新发展，创新播报，以“创新为要”，积极发展视频网站、互联网电视、IPTV、移动客户端等新媒体业务，推动节目内容与新媒体、线下活动、城市公共服务、电子商务等业务的融合，探索构建“电视+互联网+产业”的发展模式，促进传统媒体与新兴媒体的一体化融合发展。借助电视台的设备优势，从读者和受众的喜好、兴趣和关注点出发，以用户为中心，将宣传报道的触角伸向读者和观众。主持人应该不断地进行自我学习和自我完善，加强自己的专业知识，提升自己的舞台经验和舞台表现力，从而能够对节目进行更深入的报道，更好地把控节目。为此，需要为电视台工作者提供学习社会知识的广大平台等更多的学习机会和提升机会，让他们在主持技巧上加以润饰和提高，让他们从实际生活中了解社会的真实现象，有助于他们在节目上的主持和表现，提升他们的语言表达能力，将主持技巧灵活地运用于节目上，增强对节目的掌控能力。

同时，还应该面向市场，创新节目的播放形式，有必要时调整节目播出的时间点来吸引更多观众的注意力，还可以进行栏目创新，以激发观众的好奇心和新鲜感，打造精品。比如说，前几年热播的《快乐男生》《快乐女生》，在这两年的收视率可大不如从前了，这就是因为电视台百年不创新栏目的播放形式导致观众的视觉疲劳，失去了观看节目的兴趣。而最近新出的一款选秀节目《创造101》就不一样了，这款节目在选秀的形式上由原来的个人形式表演转变为团体表演，选择出道的11位女团成员而设置；同时以两周一次的公演形式对女团的实力、能力表现进行考核，在舞台上博人眼球，因此在近期的网络上爆红，收视率一路飙升。

3.3 坚持“融合为先”，提升传播力

全媒体时代下，媒体界都是采用共享的方式进行传播的，要想推动电视台的发展，用“互联网+”思维对新闻生产进行流程再造和路径融合，从传统模式向全媒体生产模式转变。从“相加”到“相融”，从“两张皮”到“一盘棋”，从“物理聚合”到“化学反应”，推进采编融合、平台融合、内容融合、活动融合。采用新的媒体技术，将传统媒体和新兴媒体融合发展，让传统媒体和新兴媒体进行优势互补，着力打造多元化融合发展、具有竞争力、影响力和传播力的新型媒体集团。为了形成立体、融合发展的传播体系，需要以先进技术为支撑，让传统媒体和新兴媒体在渠道、平台、内容等方面相互融合。通过全台联动、多屏齐动、用户互动，实现本地重大新闻、重大活动的直播常态化。要紧盯技术前沿，以移动直播、VR、AR等先进技术为支撑，以无线化为突破口，推进“智慧广电”“移动广电”建设。要抓住“中央厨房”建设这个龙头，以节目和信息服务为核心支撑，建设移动互联网生态，充分满足用户多样化、个性化的需求。

将不同的媒体以不同内容和不同形式进行组合或结合，如可以将报纸广播、网络杂志、博客等融合到电视节目中，打造具有地方特色的地方电视栏目。同时，对栏目制作的视野进行拓展，对内容的信息量加以丰富，实现地方电视媒体与其他媒体的融合，将它们进行优势互补，对地方电视台品牌效应的提升具有重要的推动作用，同时还能够满足观众多样化、个性化的收视需求。例如，美国I Report节目就是和I-Caught的新闻节目进行联合播出，创新了栏目的播放形式，取得了非常好的收视效果和经济效益，是电视媒体与新媒体相结合的典范。

3.4 坚持“人才为本”，提升战斗力

加强人才队伍建设，完善用人体制和激励机制，培养、引进“全媒化”“复合型”新型媒体人才，是推动地方传统媒体深度融合发展的关键。按照“四向四做”要求，地方电视台要想创造出有品质、有温度的作品和电视节目，就必须坚持以人为本，从人民群众的需求出发，充分考虑人民群众的所思所想所忧，同时还需要电视台的工作者严格要求自己，提高业务能力，成为全媒型、专家型人才。为了提高电视台的整体工作效率，地方电视台必须转变运行制度，实施现代化管理体制。新媒体的专业人才队伍建设存在不足之处，但传统媒体的专业人才队伍建设完善，二者可以加强人才交流；由于新媒体具有很大的时效优势，其信息获取的速度以及发布的及时性要比传统媒体更强，使用新媒体专业人才利用新媒体有助于缩短信息的发布时间。

结论

全媒体时代下，地方电视台想要在激烈的市场竞争

（下转60页）